



DARI LITERASI KE INVESTASI: MILENIAL, GEN Z, DAN TRANSFORMASI DIGITAL SBN RITEL

**Raisa Maulida¹, Bella Aisya Ayu Aprilia², Hasto Prabowo Santoso³,
Yulia Asria Setyowati⁴**

PJJ Manajemen, Universitas Siber Asia ¹⁻⁴

Email: raisamaulida96@gmail.com¹, bellaisya25@gmail.com²,
hastoprabowo98@gmail.com³, yuliaasrias@gmail.com⁴

ABSTRACT

The trend of retail government securities investment among the younger generation (millennials and Generation Z) continues to grow. Fintech platforms make investment easier and safer. However, many millennials and Generation Z remain hesitant to invest in retail government securities due to a lack of information and inhibiting factors. This study examines the relationship between digital financial literacy and perceptions of fintech on retail government securities investment interest by considering the driving and inhibiting factors for millennials and Generation Z to invest in retail government securities. The results, processed using quantitative descriptive analysis and statistical analysis, indicate that the younger generation is the primary driver of the increase in retail government securities investors. Respondent characteristics, which align with national trends, indicate that investment interest is already high and supported by adequate financial literacy. However, further education is needed to foster this interest and translate it into actual purchases.

Keywords : digital financial literacy; fintech perception; retail government securities; millennials; investment interest.

ABSTRAK

Tren investasi SBN ritel di kalangan generasi muda (milenial dan generasi Z) terus meningkat. Dengan adanya platform fintech, investasi dapat dilakukan dengan mudah dan aman. Namun, fakta di lapangan menyatakan bahwa masih banyak milenial dan generasi Z yang ragu untuk berinvestasi pada SBN ritel karena kurangnya informasi dan adanya faktor-faktor yang menghambat. Penelitian ini menjawab keterkaitan antara literasi keuangan digital dan persepsi terhadap fintech terhadap minat investasi SBN ritel dengan mempertimbangkan faktor pendorong dan penghambat untuk berinvestasi SBN ritel pada milenial dan generasi Z. Dari hasil penelitian yang diolah secara kuantitatif deskriptif dan analisis statistik, generasi muda merupakan motor utama peningkatan jumlah

investor SBN ritel. Karakteristik responden yang selaras dengan tren nasional menunjukkan bahwa minat investasi sudah tinggi dan didukung dengan literasi keuangan yang memadai, namun perlu edukasi lanjutan untuk meningkatkan minat hingga dituangkan dalam aksi pembelian nyata.

Kata Kunci : literasi keuangan digital; persepsi fintech; SBN ritel; generasi milenial; minat investasi.

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor keuangan telah merevolusi cara generasi muda mengakses dan memahami produk investasi. *Financial Technology (fintech)* berperan sebagai katalis dalam memperluas inklusi keuangan, terutama bagi generasi milenial dan Z yang tumbuh dalam lingkungan digital. Namun, kondisi aktual menunjukkan bahwa meskipun akses digital telah terbuka lebar, tingkat partisipasi generasi muda terhadap SBN Ritel masih belum optimal. Hal ini dipengaruhi oleh keterbatasan pemahaman mengenai karakteristik produk investasi tersebut serta persepsi bahwa investasi adalah hal yang rumit, beresiko tinggi, dan tidak relevan bagi anak muda. Di sinilah peran *fintech* menjadi sangat penting sebagai katalis literasi finansial dan jembatan menuju partisipasi investasi yang lebih luas.

Penelitian oleh Zika Puspita Sari et al. (2024) mengidentifikasi bahwa kemudahan akses, antarmuka yang intuitif, serta integrasi sistem pembayaran digital menjadi faktor utama yang mendorong gen Z untuk berinvestasi, termasuk dalam Surat Berharga Negara (SBN) ritel. Selain itu, temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa rendahnya minat investasi pada generasi muda berkaitan dengan kurangnya literasi finansial dan minimnya paparan edukasi yang efektif mengenai instrumen investasi digital. Meskipun berbagai platform *fintech* telah menyediakan fitur edukasi dan akses investasi yang lebih inklusif, efektivitas pemanfaatannya dalam konteks peningkatan minat terhadap SBN Ritel belum banyak dikaji secara mendalam. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan penelitian terkait bagaimana peran *fintech* secara spesifik dapat memfasilitasi peningkatan literasi keuangan dan partisipasi investasi SBN Ritel pada Milenial dan Gen Z.

Literasi keuangan merupakan determinan krusial dalam membentuk kepercayaan diri dan minat investasi generasi muda. Studi Amyulianthy et al. (2025) yang menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)* menunjukkan bahwa peningkatan literasi investasi digital secara signifikan memengaruhi sikap dan intensi perilaku investasi. Temuan ini diperkuat oleh Firli dan Fanesa (2024), yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh simultan terhadap minat Gen Z dalam memanfaatkan *fintech* lending

sebagai instrumen investasi.

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan turut memengaruhi tingkat adopsi *fintech* di kalangan Gen Z. Saputra et al. (2024) mengungkapkan bahwa citra merek dan aksesibilitas menjadi faktor dominan dalam keputusan penggunaan *fintech*. Namun, inovasi yang terlalu cepat justru dapat menurunkan tingkat adopsi akibat sikap kritis terhadap teknologi baru yang belum sepenuhnya dipahami.

Sikap finansial juga berperan sebagai mediator antara literasi keuangan dan perilaku finansial, sebagaimana ditunjukkan oleh Lidiana et al. (2024). *Fintech* berkontribusi dalam membentuk perilaku finansial yang lebih bertanggung jawab melalui efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan pribadi yang lebih terstruktur.

Meskipun *fintech* telah memfasilitasi pengambilan keputusan investasi, studi oleh Restianti et al. (2023) menunjukkan bahwa peran *fintech* sebagai variabel moderasi antara literasi dan perilaku investasi belum menunjukkan signifikansi yang kuat. Temuan ini mengindikasikan perlunya pendekatan edukatif yang lebih mendalam serta optimalisasi fitur *fintech* agar mampu menjawab kebutuhan spesifik generasi muda secara efektif.

Kesenjangan antara kemudahan akses teknologi dan rendahnya minat investasi generasi muda menjadi fokus utama penelitian ini. Penelitian ini penting dilakukan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai pengaruh transformasi digital melalui *fintech* terhadap peningkatan literasi keuangan dan keputusan berinvestasi pada SBN Ritel di kalangan Milenial dan Gen Z. Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis sejauh mana pemanfaatan *fintech* dapat berperan sebagai sarana edukasi finansial sekaligus untuk mengkaji bagaimana platform digital dan literasi ICT secara spesifik dapat dimanfaatkan tidak hanya sebagai 'alat' transaksi, tetapi sebagai 'jembatan' edukasi untuk mengubah persepsi dan mendorong partisipasi investasi SBN Ritel di kalangan Milenial dan Gen Z, sehingga dapat mendukung terbentuknya generasi yang cakap dalam pengelolaan keuangan dan berkontribusi pada penguatan perekonomian nasional.

METODE PENELITIAN

Metode yang peneliti gunakan adalah kuantitatif deskriptif dan analisis statistik. Data primer didapatkan dari kuesioner berskala Likert 1-5 dengan populasi generasi milenial dan Z. Sampel penelitian terdiri dari 55 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti juga menggunakan data sekunder yang bersumber dari situs milik Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko (DJPPR) tahun 2024 sampai dengan 2025 terhadap jumlah investor baru, investor milenial, dan Z pada seri SBN ritel tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 55 responden dengan variabel yang dianalisis: literasi keuangan digital, persepsi terhadap *fintech*, minat investasi SBN ritel, serta faktor pendorong dan penghambat investasi memiliki rangkuman karakteristik responden yang tersaji pada tabel berikut.

TABEL I Distribusi berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase
20–28 tahun	34	61,82%
29–35 tahun	16	29,09%
> 35 tahun	5	9,09%

Responden dikelompokkan menjadi tiga kategori usia. Mayoritas responden berada pada rentang usia 20–28 tahun, yaitu sebanyak 34 orang (61,82%). Selanjutnya, terdapat 16 responden (29,09%) yang berusia 29–35 tahun, dan sisanya 5 responden (9,09%) berusia lebih dari 35 tahun.

Sebagian besar responden berasal dari kelompok usia muda (20–28 tahun), yang umumnya merupakan kelompok produktif dan cukup aktif dalam penggunaan teknologi digital serta layanan keuangan.

TABEL II Distribusi berdasarkan Generasi

Generasi	Jumlah	Persentase
Milenial	33	60%
Z	22	40%

Jika dikelompokkan berdasarkan rentang kelahiran, sebagian besar responden termasuk dalam Generasi Z, yaitu sebanyak 33 orang (60%). Sementara itu, 22 responden (40%) berasal dari Generasi Milenial.

Dominasi Generasi Z menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki karakteristik sebagai generasi digital-native, yang relevan dengan topik literasi keuangan digital dan penggunaan platform *fintech*.

TABEL III Distribusi berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	21	38,18%
Perempuan	34	61,82%

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa 21 responden (38,18%) adalah laki-laki, sedangkan 34 responden (61,82%) adalah perempuan.

Proporsi responden perempuan lebih dominan dalam penelitian ini.

TABEL IV Distribusi berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Diploma	40	72,73%
Strata I	15	27,27%

Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Diploma, yaitu sebanyak 40 responden (72,73%). Sementara itu, 15 responden (27,27%) memiliki tingkat pendidikan S1.

Mayoritas responden memiliki latar pendidikan vokasional atau terapan, yang dapat memengaruhi pemahaman terhadap instrumen investasi digital maupun konvensional.

TABEL V Distribusi berdasarkan Penggunaan *Platform Fintech*

Mengetahui	Jumlah	Persentase
Ya	40	72,73%
Tidak	15	27,27%

Sebanyak 40 responden (72,73%) menyatakan mengetahui platform *fintech*, sedangkan 15 responden (27,27%) menyatakan tidak mengetahui platform *fintech*.

Tingkat pengetahuan platform *fintech* yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah cukup familiar dengan layanan keuangan digital, sehingga relevan untuk dianalisis hubungannya dengan minat berinvestasi pada SBN ritel.

TABEL VI Distribusi berdasarkan Pembelian SBN Ritel

Pernah	Jumlah	Persentase
Ya	21	38,18%
Tidak	34	61,82%

Sebagian besar responden belum pernah membeli SBN ritel, yaitu sebanyak 34 responden (61,82%). Sementara itu, 21 responden (38,18%) pernah melakukan pembelian SBN ritel.

Walaupun sebagian besar responden sudah mengetahui platform *fintech*, minat aktual terhadap SBN ritel masih relatif lebih rendah dibandingkan tingkat pengetahuan platform *fintech* secara umum.

TABEL VII Data Tren Investor pada Seri SBN

Tahun	Jenis SBN Ritel	Invest or Baru	Investor Milenial	Investor Gen Z	Total Investor
2025	SR023	9.026	19.612	tidak ada data	43.160
2025	SR022	17.841	36.942	tidak ada data	74.211
2025	SBR014	12.452	26.623	2.560	51.198
2025	ST014	19.871	44.791	tidak ada data	84.175
2025	ORI027	25.087	39.760	3.898	86.624
2024	SR021	14.778	31.832	tidak ada data	63.622
2024	SBR013 T2	14.966	23.581	tidak ada data	48.125
2024	SBR013 T4	3.631	8.698	tidak ada data	16.412
2024	ST013	17.391	40.288	tidak ada data	70.467

Tahun	Jenis SBN Ritel	Invest or Baru	Investor Milenial	Investor Gen Z	Total Investor
2024	ORI026 T3	13.701	18.445	1.541	42.796
2024	ORI026 T6	2.129	4.024	321	7.829

Sumber: DJPPR, data tahun 2024 dan 2025.

Berdasarkan data tren jumlah investor baru, milenial, dan Z dari Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko tahun 2024 dan 2025 yang mencakup 11 jenis SBN ritel (dengan catatan pada sebagian besar seri, DJPPR tidak menyediakan data investor generasi Z), peneliti menemukan bahwa:

1. Nilai tertinggi investor baru berada di seri ORI027 dengan jumlah 25.087 dan ST014 dengan jumlah 19.871.
2. Nilai terendah investor baru berada di seri ORI026 T6 dengan jumlah 2.129.
3. Tingginya investor baru pada ORI dan ST dapat disebabkan oleh:
 - a. kupon yang kompetitif,
 - b. periode penawaran lebih gencar dari sisi promosi,
 - c. preferensi investor terhadap kupon tetap dan tenor yang lebih menarik

Interpretasi data tren DJPPR ini menandakan bahwa banyak masyarakat baru pertama kali mencoba investasi SBN, yang selaras dengan tren digitalisasi investasi melalui *fintech* dan mengonfirmasi bahwa minat SBN ritel memang digerakkan oleh generasi digital (Milenial dan Gen Z).

Menurut penelitian oleh Zika Puspita Sari et al. (2024), literasi keuangan menjadi elemen penting yang memengaruhi tingkat kepercayaan Generasi Z dalam berinvestasi. Di sisi lain, *fintech* berperan penting dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z melalui kemudahan akses yang ditawarkan oleh *platform* investasi digital (Sofia dan Husein, 2023). Hal ini selaras dengan hasil penelitian bahwa generasi muda menunjukkan cukup minat untuk berinvestasi pada SBN ritel dengan tingkat literasi keuangan digital dan persepsi terhadap *platform fintech* yang tinggi.

KESIMPULAN

Generasi muda (milenial dan Z) memiliki tingkat literasi keuangan digital yang tinggi dengan nilai rata-rata 4,13 (dari skala 5). Tingginya literasi digital generasi muda mendukung pola bahwa kelompok ini memang paling siap memanfaatkan *platform fintech* untuk membeli SBN.

Persepsi generasi muda sangat baik terhadap *fintech*, terutama sebagai media transaksi yang mudah, cepat, dan aman dibuktikan dengan nilai rata-rata 4,08 (dari skala 5). Sebagian besar transaksi SBN ritel dilakukan melalui Mitra Distribusi *Fintech* (Bareksa, Bibit, Pluang, Tanamduit, dll.). Tingginya jumlah investor milenial dan Gen Z pada data DJPPR menunjukkan preferensi kuat pada pembelian digital.

Walau begitu, dengan tingkat literasi keuangan digital yang tinggi dan persepsi pada *platform fintech* sangat baik, minat generasi muda tergolong masih tergolong tidak terlalu tinggi dengan nilai rata-rata 3,86 (dari skala 5). Hal tersebut disebabkan dengan beberapa faktor di antaranya faktor pendorong dengan nilai rata-rata 4,05 dan faktor penghambat dengan nilai rata-rata 2,97 (dari skala 5). Nilai minat investasi yang mendekati 4 menunjukkan bahwa generasi muda cukup berminat untuk berinvestasi, namun masih terdapat *gap* terhadap keputusan untuk berinvestasi. Hal ini terlihat juga dalam data responden bahwa 61,82% belum pernah membeli SBN ritel.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa generasi muda (milenial dan Z) merupakan motor utama peningkatan jumlah investor SBN ritel. Hal ini teruji dengan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa karakteristik responden selaras dengan tren nasional dan dibuktikan dengan tren data investor oleh DJPPR. Namun, masih diperlukan edukasi lanjutan untuk mengonversi minat investasi yang sudah cukup tinggi menjadi pembelian SBN ritel.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amyulianthy, R., & Prasetyo, A. (2025). *Literasi Investasi Digital dan Perilaku Investasi Generasi Muda: Pendekatan TPB*. Jurnal Manajemen dan Teknologi, 10(2), 88–102.
- [2] Firli, R., & Fanesa, R. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Minat Investasi Fintech Lending pada Gen Z*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 18(3), 134–147.
- [3] Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko. (n.d.). *Data Investor SBN Ritel Tahun 2024 s.d. 2025*. <https://www.djppr.kemenkeu.go.id/>
- [4] Saputra, A. D., & Wulandari, S. (2024). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Fintech oleh Generasi Z*. Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis, 9(1), 22–35.
- [5] Lidiana, R., & Hidayat, T. (2024). *Sikap Finansial sebagai Mediator Literasi Keuangan dan Perilaku Finansial Milenial*. Jurnal Psikologi Ekonomi, 7(2), 67–80.
- [6] Restianti, D., & Ramadhani, M. (2023). *Peran Fintech sebagai Moderasi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Investasi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 6(4), 101–115.
- [7] Sari, Z. P., & Nugroho, R. A. (2024). *Pengaruh Fintech terhadap Minat Investasi Generasi Z di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Digital, 12(1), 45–58.
- [8] Sofia, D. P., & Husein, A. (2023). *Peran fintech dalam keputusan investasi mahasiswa Generasi Z*. Jurnal Keuangan Milenial, 8(1), 130–145.